

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V. S. K.), Basel

Redaktion: Dr. W. Ruf

Verantwortlich für Druck und Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)

Erscheint wöchentlich - Basel, den 24. Januar 1948 - 48. Jahrgang - Nr. 4

Der Jahresabschluss des V. S. K.

1. Der *Mitgliederbestand* hat sich von 552 auf 566 erhöht. 15 neue Genossenschaften wurden als Mitglied aufgenommen, eine Genossenschaft (Cossonay) ist durch Fusion mit Orbe als selbständiger Verbandsverein weggefallen.

2. Der *Umsatz* konnte auf *Fr. 418 260 164.87* gesteigert werden. Die Erhöhung gegenüber dem Vorjahre beträgt Fr. 59 604 507.10 gleich 16,62 %. Der Umsatz versteht sich netto, nach Abzug sämtlicher Gutschriften, Rückvergütungen und Bonifikationen und ohne Warenumsatzsteuer. Für die Warenumsatzsteuer für Lieferungen an unsere Vereine und Abnehmer, welche nicht Grossisten im Sinne des Wub sind, mussten rund 8 Millionen Franken bezahlt werden.

3. Die *ordentlichen Betriebskosten* inkl. Abschreibung der neuen im Betrieb stehenden Maschinen und Mobilien erreichen *Fr. 11 194 526.23.* Sie haben gegenüber dem Vorjahre eine Steigerung erfahren von Fr. 882 718.88 gleich 8,56 %. Die Personalkosten allein haben infolge Lohnerhöhungen und Personalvermehrung um Fr. 1 102 615.26 gleich 14,4 % zugenommen. Erfreulicherweise konnten auf anderen Kostenpositionen Einsparungen erzielt werden.

4. *Betriebsrechnung.* Sie zeigt im Vergleich mit den Vorjahren folgende Entwicklung (alles in tausend Franken):

Aufwand:	*1943*	*1944*	*1945*	*1946*	*1947*
Zentralverwaltung	689	730	952	1120	1084
Treuhandabteilung	356	347	406	429	458
Rechtsabteilung	36	41	55	45	68
Presse und Propaganda .	869	825	841	1180	960
Immobilienertrag	—	—	37	33	19
Lastzinsen	721	498	499	733	860
Total	2671	2441	2790	3540	3449

Ertrag:	*1943*	*1944*	*1945*	*1946*	*1947*
Saldovortrag	35	22	24	20	46
Warenvermittlung	1382	1394	1699	2374	2212
Buchdruckerei	50	19	32	90	43
Immobilienertrag	10	2	—	—	—
Nutzzinsen	1800	1628	1657	1685	1915
Total	3277	3065	3412	4169	4216

Der Nettoüberschuss beträgt nach Abschreibung aller im Betrieb stehenden neuen Maschinen, Mobilien und Autos *Fr. 766 710.95.* Es wird dafür folgende Verwendung vorgeschlagen:

Verzinsung der Anteilscheine zu 4 %	Fr. 205 086.20
Zuweisung an die ordentlichen Reserven . . .	Fr. 500 000.—
Vortrag auf neue Rechnung	Fr. 61 624.75
	Fr. 766 710.95

Die Reservezuweisung von Fr. 500 000.— entspricht einer bescheidenen Verzinsung unserer Reserven.

5. *Bilanz.* Ihre Entwicklung ist folgende (alles in tausend Franken):

Aktiven:	*1943*	*1944*	*1945*	*1946*	*1947*
Kassa, Postcheck, Devisen, Wertpapiere	322	291	220	329	719
Debitoren	20 200	21 590	24 178	29 166	35 159
Warenvorräte	8 503	8 531	8 629	12 231	9 675
Beteiligungen	7 285	7 190	7 584	8 769	8 788
Immobilien und Mobilien .	4 366	4 625	4 611	5 071	5 821
Total	40 676	42 227	45 222	55 566	60 162

Passiven:	*1943*	*1944*	*1945*	*1946*	*1947*
Bankschulden	9 310	10 807	14 216	20 147	15 388
Lieferantenschulden . .	10 900	12 111	11 933	14 874	16 499
Akzepte	3 388	2 034	1 268	1 000	5 500
Hypotheken	360	—	—	—	150
Verzinsung d. Anteilscheine	84	100	103	83	205
Anteilscheine	2 012	2 050	2 082	3 316	5 759
Reserven	14 622	15 125	15 620	16 146	16 661
Total	40 676	42 227	45 222	55 566	60 162

Die zunehmende Entwicklung des Verbandes zeigt sich in seinen Bilanzzahlen. Der Kapitalbedarf des V. S. K. ist weiter um rund 4½ Millionen Franken gestiegen. Davon konnten 2,4 Millionen durch neue Anteilscheine gedeckt werden. Die fremden Gelder haben um 1,6 Millionen Franken zugenommen.

Dieser vermehrte Kapitalbedarf zeigt sich in den Aktiven in einer Erhöhung der Debitoren um rund 6 Millionen Franken, der Devisen um rund 500 000 Franken, der Immobilien (neue Baugelände) um rund 800 000 Franken. Die Warenvorräte haben um 2,6 Millionen Franken abgenommen.

Das gesamte Fremdkapital von über 37 Millionen Franken ist durch die mit 45½ Millionen Franken äusserst vorsichtig bewerteten laufenden Betriebsmittel mehr als gedeckt. Die festen, ebenfalls sehr

vorsichtig bilanzierten Anlagen des V. S. K. sind ausschliesslich durch Eigenkapital finanziert. Die Bilanz des V. S. K. kann daher in jeder Beziehung als gesund betrachtet werden.

Die Verbandsdirektion dankt allen, den Vereinen für ihre Treue zum V. S. K. und dem gesamten Personal für seine wertvolle Mitarbeit. Alle haben mitgeholfen, wiederum einen befriedigenden Jahresabschluss zu ermöglichen.

Rentieren Kauf, Umbau oder Vergrösserung einer Liegenschaft?

In dieser Sparte der Investierung ist bei Konsumgenossenschaften, neben der Frage der Finanzierung, besonders auch diejenige der Rendite von grosser, wenn nicht ausschlaggebender Bedeutung. Für einen Privatmann mögen persönliche Liebhabereien und Prestigefragen besonderes Gewicht haben; bei einer Konsumgenossenschaft hingegen ist diese Rolle rein subjektiver Werte zu streichen. Wohl können und sollen auch in unseren Reihen Hoffnungen und Wünsche zur betrieblichen Ausweitung gesunden Ansporn bilden zu Leistungssteigerung und gedeihlicher Geschäftsentwicklung. Aber der rechnerischen Seite gebührt hier unbedingt der Vorrang. Es ist doch so, dass unsere massgebenden Genossenschaftsorgane nicht mit ihren privaten Geldern, sondern ausschliesslich mit denjenigen der Allgemeinheit, ihrer Genossenschaften und deren Lieferanten, wirtschaften. Zu unserer Problemstellung mögen als Anhaltspunkte die folgenden Berechnungen und Ueberlegungen dienen.

Rentieren Umbau oder Vergrösserung einer Liegenschaft?

Es gilt da folgendes zu beachten:

Bisheriger Gestehungswert der Liegenschaft vor dem Umbau, das heisst: Seinerzeitiger Kaufpreis, zuzüglich bisher investierte weitere aktivierfähige Anlagewerte . .	Fr. 90 000.—
Neuer baulicher Aufwand für Umbau oder Vergrösserung, insofern mit einiger Genauigkeit zum voraus bestimmbar. Sonst müssen der Summe gemäss Kostenvoranschlag die geboten erscheinenden Beträge als Rücklage für Unvorhergesehenes und Kostenüberschreitungen zugezählt werden	» 40 000.—
Neuer Gestehungswert	Fr. 130 000.—

Der weitere Verfolg unserer Ueberlegungen zeigt nachstehende Ergebnisse:

Kann der Umsatz nach dem Umbau oder der Vergrösserung um ca. Fr. 160 000.— = 120% erhöht werden? Dies ist die entscheidende Frage. Natürlich sinkt dieser Umsatz-Mehrbedarf gleich auf die Hälfte, wenn man mit einem kalkulatorischen Eigenmiete-Satz von 3% für das Verkaufslokal rechnen kann. Seien wir uns auch stets eingedenk, dass Umbauinvestitionen keineswegs etwa immer in vollem Umfange als Erhöhung des Realwertes der Liegenschaft gelten können.

Sodann ist noch an den ebenfalls bedeutenden und unerlässlichen weiteren Aufwand für eine neue Ladeneinrichtung zu denken, welcher in unserem Beispiel sich auf ca. *Fr. 30 000.—* belaufen mag. Dies führt jedoch zu preiskalkulatorischen Kostenelementen und gehört nicht direkt zu unserm Betrachtungskreis aus dem Gebiete der Immobilienaufwand- und Ertragsrechnung. Es sei aber gleichwohl hierauf hingewiesen, wenn auch lediglich mit Rücksicht auf die hier zwar nur leicht berührte Frage der Finanzierung.

Rentiert eine zu kaufende Liegenschaft?

Angenommen, es könne mit nachstehenden Erfahrungssätzen der Kostenelemente gerechnet werden, so ergibt sich folgende Berechnung des zur Ermittlung des *Ertragswertes* dienenden Kapitalisierungssatzes:

Hypothekenzinsen und Verzinsung des Eigenkapitals	4 %
Abschreibung	1 %
Steuern, Abgaben, Reparaturen und Unterhalt . . .	1 %
Ungefährer Kostensatz	6 %

Es liegt in der Natur der Sache, dass es sich hierbei nicht um in allen Fällen absolut gültige Sätze handeln kann. Insbesondere ist beispielsweise bei der Höhe der Eigen- und Fremdkapitalverzinsung mit etwelchen Schwankungen zu rechnen. Halten wir es deshalb auch hier möglichst mit der gebotenen Vorsicht und kalkulieren wir mit einem weiteren Zuschlag von, sagen wir 1%. Dies wäre gedacht zur Deckung evtl. erhöhter Kosten sowie als eine gewisse Risikoprämie und, wenn es noch langt, als ein bescheidener eigentlicher Nettoertrag. So kämen wir auf einen Gesamt-Kapitalisierungssatz von 7%.

Gesetzt den Fall, es handle sich um ein Wohn- und Geschäftshaus mit drei Wohnungen und einem Laden, so stellt sich die Berechnung der Miete-Erträgnisse (Mietwert) folgendermassen:

Mietertrag der Wohnung 1	Fr. 1 500.—
Mietertrag der Wohnung 2	» 1 400.—
Mietertrag der selbstbenützten Wohnung . .	» 1 400.—
Miete für die selbstbenützten Ladenlokalitäten = 1.5% von Fr. 133 000.— Umsatz . .	» 2 000.—
Totalmiete = Bruttoertrag	Fr. 6 300.—

Neuer Bruttoertrag bei neuem Gestehungswert von 130 000 Fr. und einem Kapitalisierungssatz von		*Alter Bruttoertrag* bei bisherigem Gestehungswert von 90 000 Fr. und einem Kapitalisierungssatz von		*Kosten-Mehrbelastung* hieraus bei einem Kapitalisierungssatz von		*Durch die Kosten-Mehrbelastung unerlässliche Umsatzerhöhungen:* bei einem bisherigen Umsatz von 133 000 Fr. auf Basis von 1,5% und einem Kapitalisierungssatz von	
6 %	7 %	6 %	7 %	6 %	7 %	6 %	7 %
7800 Fr.	9100 Fr.	5400 Fr.	6300 Fr.	2400 Fr.	2800 Fr.	um ca. 160 000	um ca. 187 000
						auf ca. 293 000	auf ca. 320 000

Der Mietertrag der selbstbenützten Wohnung ist durch Vergleich mit den übrigen Mieten der an Dritte vermieteten Wohnungen leicht bestimmbar.

Schwieriger ist die Festsetzung des der Wirklichkeit möglichst nahekommenden Mietwertes der selbstbenützten Ladenlokalitäten. Hierfür wird man am besten den «tragbaren Mietzins» auf die Weise festlegen, dass man auf einen Erfahrungssatz abstellt, z. B. auf 1½ bis 3% des Umsatzes für ein Lebensmittelgeschäft. Es wird bei diesem so errechneten kalkulatorischen Mietzins auf Grund des budgetierten Umsatzes in erster Linie darauf ankommen, ob es sich um ländliche Verhältnisse oder um eine kleinere oder grössere Stadt handelt. Unter Umständen wird als weitere Richtschnur die Antwort auf die Frage dienen, welche Miete für ein annähernd gleichwertiges Lokal in ähnlicher Geschäftslage üblicherweise bezahlt wird. Handelt es sich um den Kauf der Liegenschaft, in welcher die Genossenschaft bisher schon in Miete war, so würde man wohl am besten die bisher bezahlte Miete einsetzen.

Der obige Brutto-Mietertrag von *Fr. 6300.—* wird nun mit 7% wie folgt kapitalisiert:

$$\frac{6300 \times 100}{7} = \text{Ertragswert } 90\,000 \text{ Fr.}$$

Dieser Wert wird Bestandteil der Verhandlungsbasis bilden. Zu erwägen sind hierbei ferner alle weiteren möglichst zweckdienlichen Wertmasstäbe, wie vornehmlich der Verkehrswert, also der Handelswert einer Liegenschaft in ähnlicher Beschaffenheit und Lage sowie der Brandassekuranz- plus Bodenwert.

Der Preis der Liegenschaft muss *niedriger* angesetzt werden, wenn ungünstige Voraussetzungen vorliegen, besonders wenn das Gebäude reparatur- und umbaubedürftig ist, sodann bei drohender Verkehrsabwanderung, Krisengefährdung, unsicherer Geschäftslage.

Höher wird man im Preis gehen dürfen, wenn die Liegenschaft an günstiger Lage in einem aufstrebenden Quartier gelegen ist. Es können da noch mancherlei andere Faktoren in die Wagschalen der Verhandlungspartner gelegt werden. Bei all dem darf der Kaufinteressent natürlich nicht Illusionen erliegen, die ihm unter Umständen recht gefährlich werden können. Umgekehrt gibt es auch heute noch Fälle, wo nicht gezögert, sondern rasch zugegriffen werden muss. Im allgemeinen ist es heute ja so, dass der Verkäufer infolge der ganz aussergewöhnlichen Verhältnisse auf dem Liegenschaftenmarkt gegenüber dem Käufer stark im Vorteil ist. Bessere Zeiten abzuwarten kann sich aber nicht jede Konsumgenossenschaft leisten, soll nicht wertvoller Boden aussichtsreichster Entwicklungsmöglichkeiten verloren gehen. Auch das sind wir in hohem Masse den genossenschaftlich zusammengeschlossenen Konsumenten schuldig, dass wir, selbstverständlich immer nur im Rahmen einer soliden finanziellen Tragkraft, alle sich bietenden Gelegenheiten ausnützen, indem wir durch den Erwerb einer guten Liegenschaft mit einem neuen Laden den Kreis unserer Mitglieder vergrössern und damit unsere Leistungsfähigkeit zu deren Wohl erhalten und mehren. Wie manche Fälle gibt es doch, wo auch heute, trotz der bittern Pille der stark erhöhten Kauf- und Baugestehungskosten, mit dem Kauf oder dem Umbau einer Liegenschaft durch die Macht von vielleicht geradezu unhaltbaren baulichen Misständen im Verkaufslokal, Magazin und Keller einfach nicht mehr länger zugewartet werden darf. Es nützt jetzt nichts, längst entschwundenen sogenannten besseren Zeiten und den dabei verpassten günstigen Gelegenheiten nachzutrauern. Es nun eben doch einmal gehandelt werden, und zwar im Sinne obiger Ueberlegungen. Sonst geht vielleicht unsern Konsumenten ein für sie fruchtbarstes Gebiet verloren, das dann kaum jemals wieder zu gewinnen ist.

A. Rotzler

Besteht weiterhin ein Nachholbedarf an Bekleidungsartikeln und Textilwaren?

Infolge der Rationierung und Teuerung mussten sich die Konsumenten vor allem während des Krieges in ihrem Verbrauche mehr oder weniger weitgehend einschränken und umstellen. Besonders *stark schrumpfte der Konsum von Bekleidungsartikeln und Textilwaren,* die von der Preishausse am meisten erfasst wurden, zusammen, was sehr viele Leute veranlasste, ihre Kleider und Schuhe länger als vorher auszutragen. Im Verlaufe der seit Kriegsende einsetzenden Hochkonjunktur und dank der sich verbessernden Einkommensverhältnisse hat aber die Nachfrage nach Bekleidungsgegenständen wieder beträchtlich zugenommen.

Diese Entwicklung lässt sich recht gut an Hand der vom BIGA veröffentlichten Haushaltungsrechnungen und Kleinhandelsumsätze verfolgen.

Hinsichtlich der *Haushaltungsrechnungen,* die sich auf Arbeiter- und Angestelltenfamilien mit niedrigen und mittleren Einkommen beziehen, müssen wir uns auf die Jahre 1937/38 und 1943—1946 beschränken, da in der Zwischenzeit keine solchen erhoben wurden. Nach den vorliegenden Haushaltungsrechnungen schwankten die geldmässigen Bekleidungsausgaben in verhältnismässig engem Rahmen, d. h. zwischen rund 9—10% der Gesamtausgaben. Instruktiver als die *Nominalausgaben* sind jedoch die *realen Aufwendungen* (tatsächlicher Verbrauch) für Bekleidungsartikel und Textilien. Diese lassen sich ungefähr dadurch ermitteln, dass man die nominellen Bekleidungsausgaben durch den Bekleidungskostenindex (Teuerung) dividiert und mit 100 multipliziert. Etwaige Qualitätsverschlechterungen werden dabei allerdings nicht berücksichtigt.

Die nachfolgende Zusammenstellung zeigt nun, wie sich die nominellen und realen Aufwendungen für Bekleidungsartikel und Textilwaren von Familien unselbständig Erwerbender seit 1937/38 verändert haben.

Bekleidungsausgaben 1937/38 bis 1946

Arbeiterfamilien	1937/38	1943	1944	1945	1946	Veränd. in % 1946 gegenüber 1937/38
Nominalausgaben in Fr. .	402	556	644	668	794	98
Realausgaben in Fr. . . .	402	281	313	317	368	./. 8
Indexziffer der Realausgaben 1937/38 = 100 . .	100	71	79	80	92	
Angestelltenfamilien						
Nominalausgaben in Fr. .	589	789	956	830	957	62
Realausgaben in Fr. . . .	589	398	464	393	443	./. 24
Indexziffer der Realausgaben 1937/38 = 100 . .	100	68	80	67	76	

Danach verzeichneten sowohl die Arbeiter- als auch die Angestelltenfamilien selbst im Hochkonjunkturjahr 1946 immer noch einen Minderverbrauch an Bekeidungsartikeln. Bei den Angestelltenfamilien, die nicht im gleichen Ausmass in den Genuss von Teuerungszulagen gelangten wie die Arbeiterfamilien, bezifferte er sich sogar auf ein Viertel des Vor-

kriegskonsums. Hieraus ergibt sich, dass besonders bei den unteren und mittleren Angestellten noch ein *bedeutender latenter Bedarf* vorhanden sein muss, der *gedeckt* werden wird, *sofern* ihre *Einkommen weiterhin steigen, bzw. sobald Kleider und Schuhe wieder billiger erhältlich sind.* Aus den Zürcher Haushaltungsrechnungen der ersten drei Quartale 1947 darf man zwar schliessen, dass die Arbeiterschaft im Jahre 1947 im allgemeinen real mindestens soviel für Bekleidungsartikel und Textilwaren aufwendete wie 1937/38. Trotzdem besteht aber auch bei ihr noch ein ansehnlicher Nachholbedarf, den sie soweit wie möglich zu befriedigen trachten wird.

Einen zum Teil ähnlichen Verlauf wie die Bekleidungsausgaben von Familien unselbständig Erwerbender haben gemäss den Erhebungen des BIGA auch die *Umsätze des Kleinhandels* mit Bekleidungsartikeln und Textilien genommen. Dies wird durch die nachstehende Uebersicht bestätigt.

Umsatzentwicklung im Kleinhandel mit Bekleidungsartikeln und Textilwaren 1938 bis 1946

Indexziffern	1938	1939	1940	1941	1942	1943	1944	1945	1946
der Nominalumsätze	100	112	125	126	127	126	137	160	201
der Realumsätze .	100	113	104	85	72	65	69	78	96

Wie die realen Bekleidungsausgaben der Arbeiterfamilien, so erreichten auch die Realumsätze im Kleinhandel mit Bekleidungsartikeln im Jahre 1943 ihren Tiefpunkt. Seither sind sie anhaltend gestiegen, und im verflossenen Jahr dürften sie das Volumen von 1938 um einige Prozent übertroffen haben.

Die Tatsache, dass die Kleinhandelsumsätze an Bekleidungsartikeln im Jahre 1946 mehr zugenommen haben als die Bekleidungsausgaben der Arbeiter- und Angestelltenfamilien, erklärt sich wohl durch die grossen Einkäufe wohlhabender und sehr gut verdienender Schichten. Diese Kreise dürften auch 1947 namhaft zur lebhaften Geschäftstätigkeit im Stoff-, Möbelstoff,- Teppich- und Decken-Kleinhandel beigetragen haben.

Wenn sich auch die Umsatzvermehrung im Kleinhandel mit Bekleidungsartikeln in der zweiten Hälfte des abgelaufenen Jahres verlangsamt hat, so glauben wir auf Grund unserer Ausführungen doch annehmen zu dürfen, dass bei weiten Bevölkerungsschichten immer noch mit einem erheblichen Nachholbedarf gerechnet werden kann. Die Befriedigung desselben wird allerdings stark von der weiteren Einkommens-, Preis- und allgemeinen Konjunkturentwicklung abhängen.

Dr. H.

„Wir müssen unbedingt die Preise revidieren"

So heisst es in der «Bäcker- und Konditor-Zeitung», die durch ihre aufgeschlossene Haltung gegenüber den Erfordernissen einer modernen Warenvermittlung den Bäckermeistern gewiss den besten Dienst leistet. Es wird auch unsere Leser interessieren, mit welchen zutreffenden Argumenten das private Bäckergewerbe zu Höchstleistungen aufgefordert wird. Auch diese Ausführungen zeugen von der sehr guten Position, die sich die Privatbäcker in den letzten Jahren errungen haben. Die Konsumgenossenschaften stehen ebenfalls hier zweifellos vor einer durch den jahrelang glänzenden Geschäftsgang ausserordentlich gekräftigten Konkurrenz. Um so mehr werden sie alles tun, um ihren mit soviel Erfolg zum Nutzen der Konsumentenschaft befolgten Prinzipien der *möglichst niedrigen Preise* bei stets gleichbleibender hoher Qualität die Spitze zu halten.

Wir lesen in der «Bäcker- und Konditor-Zeitung» unter anderem (Hervorhebungen von uns):

«Die schweizerische Bäckerschaft steht heute bestimmt an einem Wendepunkt, dem bis jetzt noch viel zu wenig Beachtung geschenkt wurde. Wir alle kennen noch die schweren Zeiten in den letzten Vorkriegsjahren. Alles schien sich gegen unser Gewerbe verschworen zu haben. Die Konkurrenz der Genossenschaften, Migros, der grünen Wochen, der Haus-

---

Ferienkurs für Lehrtöchter des Konsumvereins Winterthur auf dem Stoos

In freundlicher Weise hat uns Herr *Hardmeier*, Präsident der Betriebskommission des Konsumvereins Winterthur, einen ausführlichen Bericht über diesen wohlgelungenen Ferienkurs zugestellt. Wir entnehmen seinen Ausführungen, die für jung und alt soviel Beherzigenswertes enthalten:

Es wäre irrig zu glauben, der heranwachsende Mensch werde von selbst zum Gemeinschaftsmenschen, zum Genossenschafter. Wir müssen ihn an das Einleben in die Gemeinschaft gewöhnen, ihn die Gemeinschaft, in der er dienend zu wirken hat, erleben lassen.

Solche Gedanken waren den Initianten grundlegend, als sie die jungen Lehrtöchter zur Teilnahme an einer gemeinsamen Ferienwoche einluden. Diese Woche sollte zu einem Gemeinschaftserlebnis, zu einem echten Genossenschaftserlebnis gestaltet werden. Sie sollte nicht in den Dienst der eigentlichen Berufsausbildung, sondern der *Charakterbildung* gestellt werden. In diese Aufgabe teilten sich der Leiter und die Hauseltern sowie die Referenten, die an den verschiedenen Tagen mit kurzem ungezwungenem Referat und freier Diskussion allgemeine Fragen des Lebens, des Berufs und der Genossenschaft zu erörtern hatten.

In prächtiger Gegend, auf dem *Stoos* ob Schwyz, angesichts der wuchtigen, zackigen Mythen, mit freiem Blick gegen die Alpen und Talschaften des Vierwaldstättersees, inmitten grüner Bergmatten und farbenreicher Herbstwälder, in einer trefflich eingerichteten Skihütte, in einer gräumig-heimeligen Bergstube, bei selbstbereiteten Mahlzeiten, auf einfachem Lager in gemeinsamer Schlafstätte fanden sich 13 Lehrtöchter ein.

Der erste Tag, vom Hausvater unter das Goethewort gestellt: «*Wer gelten will, muss wirken und muss dienen*», vereinigte nach getaner Hausarbeit die Töchter auf der sonnigen Terrasse vor dem Haus zu dem Vortrag von Frl. *Eckert* aus dem Freidorf, «*Leben und Lebensgestaltung*». Das Leben ist ein Wunder zwischen zwei Geheimnissen, der Geburt und dem Tod. Wollen wir das Menschenleben deuten, so müssen wir uns zuerst klar werden, was das Ding ist, dem wir «Ich» sagen. Die Seele ist das Unsichtbare, die guten oder bösen Strömungen, die uns veredeln oder entwürdigen. Unsere Gemütskraft müssen wir stets unter Kontrolle halten und pflegen, damit nicht

statt Achtung
= Missachtung, Verachtung,
statt Treue
= Treulosigkeit, Verrat,
statt Toleranz
= Engherzigkeit, Fanatismus,
statt Geduld
= Ungeduld, Verständnislosigkeit,
statt Güte
= Härte, Verbitterung,
statt Grossmut
= Kleinlichkeit, Griesgrämigkeit,
statt Bewunderung
= Eifersucht, Neid,
statt Liebe
= Kälte, Hochmut, Hass
entsteht.

Mit unsern Denk- und Willenskräften haben wir unser Ich zu formen. Mit gesundem Körper und gesunden Sinnen haben wir es leichter, uns zu einem Wesen zu bilden, das dem Begriff Mensch Ehre macht. Für die körperliche Gesundheit müssen wir selber sorgen. Ein gesunder Mensch ist leistungsfähiger, und der Geist kann sich in einem kräftigen Körper rascher entwickeln. Er wird langsam fähig, die Denkkraft erstarken zu lassen, und damit werden auch die seelischen Kräfte, die Gemütskräfte in das bewusste Erleben hinaufgehoben. — Wenn *Eltern und Schule* richtig gearbeitet ha-

bäckerei usw. Das waren Zeiten, derer wir uns nur ungerne erinnern. Wir alle hoffen, dass wir vor solchen Zeiten in Zukunft verschont bleiben. Aber wir wissen alle, dass die Konjunktur in unserem Gewerbe nicht anhalten wird, denn schon verspüren wir die ersten Anzeichen des Rückganges. Und dieser Anfang mahnt uns zur Besinnung.

Die vergangenen Kriegs- und Nachkriegsjahre waren für uns trotz den Einschränkungen und Verfügungen gute Jahre.

Oder vielleicht gerade wegen der Einschränkungen, denn diese waren allgemein und betrafen nicht nur unser Gewerbe. Dadurch gelangten unsere Produkte wieder vermehrt zur Beachtung. Für uns stellt sich nun die Frage, wie wir den zukünftigen Konsum an unsere Betriebe ziehen können.

Vor allem müssen wir versuchen, dass unsere Produkte nicht wieder in der Achtung der Konsumenten sinken. Für das Brot sorgt der *Brotkalender* in vermehrtem Masse für dessen Achtung und Absatz. Für die *Kleinware* hingegen müssen wir selber sorgen. In vielen Beziehungen müssen wir unbedingt die Preise revidieren. Die Zeit der Mangelwirtschaft ist vorbei, und wir müssen der Kundschaft *für ihr Geld möglichst viel* bieten. Als Beispiel möchte ich nur das Weihnachtskonfekt anführen. Ich habe mich geachtet, dass diese Gebäcke meistens für Fr. 1.10 bis 1.40 verkauft wurden.

Es wäre aber möglich, dasselbe für 80 bis 90 Rp. zu verkaufen mit einer sehr guten Gewinnmarge.

Wir dürfen nicht vergessen, dass auch die Hausfrau während des Krieges rechnen gelernt hat. Ich habe mich kürzlich mit einem Kollegen darüber unterhalten, der für sein Konfekt Fr. 1.30 verlangte. Auf meine Vorstellungen hat er mir erwidert, dass er lieber etwas weniger verkaufe zu einem rechten Preis und es dafür etwas schöner habe. Ich kann mich dieser Auffassung nicht ganz anschliessen. Mit seiner Ansicht hält er schon eine gewisse Kundschaft seinem Geschäfte fern, die eventuell auch noch andere Backwaren gekauft hätte. Er schadet aber damit nicht nur sich selbst, sondern auch noch seinen Kollegen. Mit übersetzten Preisen werden wir in einen schlechten Ruf kommen, und der Uebergang zu unseren wirtschaftlichen Gegnern ist damit erleichtert. *Wir müssen uns heute zu einer Preisreduktion durchringen und nicht dann, wenn uns unsere Gegner dazu zwingen.* Dann ist es bestimmt zu spät, denn der Erfolg ist bestimmt kleiner, wenn er auf irgendeinen Druck erfolgt, als wenn er aus freien Stücken kommt. Auch hier kommt es auf die Solidarität an. Es sollte von unseren Kollegen nicht nur in Tiefstpreisen, sondern auch in Höchstpreisen Mass gehalten werden.»

„Der Detaillist ein König in seinem Reich"

In einem sehr merkwürdigen, auffallenden Gegensatz zu den ständigen Rufen nach Schutz durch die Behörden und zu den bis dahin mit sichtlichem Erfolg unternommenen Aktionen, den wirtschaftlichen Konkurrenten durch *Sondersteuern* zu schwächen, stehen das Selbstbewusstsein und der Stolz des kleinen Detailhandels ob der erzielten Fortschritte. Man ist in diesen Kreisen heute soweit, dass man auch gegenüber der Grosskonkurrenz wahrhaft aufzutrumpfen beginnt und die eigene Stärke rühmt. Gewiss nicht mit Unrecht. Denn die Anstrengungen des privaten Detailhandels zur Konzentration der Kräfte und betrieblichen Rationalisierung sind — wenn auch dabei die «Selbständigkeit» in wichtigen Punkten verschwindet — beachtenswert. Um so beschämender ist jedoch das Lamento, das dem Erlass von Sondersteuern, wie sie die Rückvergütungs- und Ausgleichsteuer darstellen, zugrunde liegt. Angesichts der wirtschaftlich hervorragenden Position des privaten Detailhandels können die finanziellen Blutsauger, die man vor allem den *Konsumgenossenschaften* für immer anhängen will, nur mit Raubrittermethoden verglichen werden.

---

ben, dann ist der junge Mensch gewillt, aus sich etwas Rechtes zu machen. Das heisst: Tüchtigkeit im Beruf. Charme im Umgang mit Menschen, religiös gerichtetes Streben. Der Mensch ist so beschaffen, dass er verkümmert, wenn er seine Kräfte nicht braucht. Unsere Kräfte sind die Pfunde, die wir mit Ehrfurcht verwalten und mehren sollen. Der Zweck des Lebens ist:

Unsere Kräfte einsetzen, Tag für Tag, immer dort, wo wir gerade stehen, im Beruf, in der Familie, im vereinten Streben eines Vereins, einer Genossenschaft, im Freundeskreis — ist Kraftentfaltung in der Gegenwart.

Und das *Lebensziel?* Viele wollen es «zu etwas bringen». Sie brauchen ihre Ellenbogen, glücklich aber werden sie dabei nicht. Andere streben nach Ansehen und Macht, sie drücken nach unten und scharwänzeln nach oben und stehen plötzlich in eisiger Kälte in ihrem Machtbereich. Andere möchten etwas «Grosses» werden, lechzen nach Geltung. Sie sind bald die Verkannten, die Unverstandenen, die Zu-kurz-gekommenen. Sind wir so Sklaven von Aeusserlichkeiten, so stimmt das Ziel nicht. Das rechte Ziel ist die *Gegenwart,* unsere augenblickliche Aufgabe, die uns jeder Tag aufträgt. Es kommt nicht darauf an, was ich tue, aber es kommt ganz darauf an, *wie* ich es tue. Wer so lebt, dass er jedem Ding, jeder Sache die gebührende Aufmerksamkeit schenkt, wer nichts halbbatzig tut, der wird zu einem vollentwickelten Menschen, zu einer *Persönlichkeit.* Und nur eine Persönlichkeit, ein bewusst lebender Mensch erfährt, was wahre Zufriedenheit, was Glück ist. Nur dieser Mensch geniesst das Vertrauen seiner Mitmenschen. Die wahre Persönlichkeit wird nicht eingebildet, der gerechte Tadel vermag sie nicht niederzudrücken. Eine Persönlichkeit weiss, dass sie das Mass in sich selber tragen muss, dass dieses Mass ihr *Gewissen* ist. Das gibt ihr diese ruhige, stolze Kraft, Unrecht zu ertragen, Anfeindungen standzuhalten und unbeirrt den als gut erkannten Weg zu gehen. Dieses Leben ist, trotz dauernder Arbeit und beständigem Kampf, nicht düster. Und Kampf! Das heisst:

Sich wehren gegen Bequemlichkeit, um unsere Dienstbereitschaft frei zu bekommen;
sich wehren gegen Missmut, schlechte Laune, um unsere Fähigkeit zu Höflichkeit und Freundlichkeit frei zu bekommen;
sich wehren gegen Gleichgültigkeit und Lieblosigkeit, um unser Taktgefühl frei zu bekommen;
sich wehren gegen Interesselosigkeit, um unsere Arbeitslust und unsern Lerneifer frei zu bekommen;
sich wehren gegen Eifersucht, Neid, um unser Gerechtigkeitsgefühl frei zu bekommen.

In diesem Kampf gibt es keine begrenzte Arbeitszeit, keinen Feierabend, keine Ferien und keine Altersgrenze. Und wenn uns der Gedanke plagt, es lohne sich nicht, dann suchen wir Stärkung in der Natur, in der Kunst, in einem Buch, im Wissen um die Herrlichkeiten der natürlichen Schöpfung, im Schlaf, bei den Menschen, von deren Werk wir lesen können, bei den Mitmenschen, mit denen wir sprechen und denken können. Dann staunen wir wieder über diese Welt voller Wunder, über dieses Leben voller Wunder, in das wir hineingestellt sind, wir wundervollen Menschen! Und das Schönste! Was gibt es Herrlicheres! Wir dürfen Liebe, Freundschaft, Kameradschaft erleben, und wieviel schöner noch, wenn wir dabei selber ein Mensch sind, auf den der andere stolz sein darf. Gibt es eine schönere Genugtuung für dieses lebenslange Mühen und Kämpfen, als dass man ein beglückender Lebenskamerad, ein vertrauenswürdiger, treuer Freund und ein tapferer, hilfsbereiter Kamerad zu sein imstande ist? (Schluss folgt.)

Wenn man schon ein Zurückweichen der Konkurrenz feststellt, seine eigene Situation gefestigt hat und damit den Beweis der ebenbürtigen Leistungsfähigkeit erbringt, mit welchem Recht rückt man dann mit den stärksten Drohungen gegenüber dem Staate auf, wenn dieser in Zukunft von einer Sonderbesteuerung der Genossenschaften absehen sollte? Bei gleichen wirtschaftlichen, betrieblichrationellen Voraussetzungen, ja — wie es im «Lebensmittelhandel», dem Organ des Spezereihändlerverbandes, heisst — im Besitze von vielen «Trümpfen», ist es ein Hohn für die Gesetzgebung unserer Demokratie, einen Teil auf Kosten des andern zu bevorzugen. Und zwar gerade auf Kosten desjenigen, der seine Ueberschüsse nicht für sich behält, sondern sie wieder unter die Mitgliedschaft verteilt.

In der Folge geben wir einige Zitate aus der Detailhandelspresse wieder, die ein helles Schlaglicht auf die bedeutsame wirtschaftliche Metamorphose im privaten Detailhandel werfen:

«Wir haben keinen Grund, kopfhängerisch zu werden, denn wir haben glücklicherweise so viele Trümpfe in der Hand, über die unsere Konkurrenz nicht verfügt!

Wir müssen sie nur erkennen und sie am richtigen Ort und zur richtigen Zeit einsetzen!»

*

«Unser Verband hat alle Ursache, mit Vertrauen in die Zukunft zu blicken, steht er doch gefestigter denn je da.

Die Idee des mittelständischen Privathandels hat in der Bevölkerung zweifellos an Boden gewonnen.»

*

«*Der Detaillist — ein König in seinem Reich*

Nur der selbständig Erwerbende kann in seinem Beruf schalten und walten wie er will, und nur der Selbstsorgende und Selbstverantwortliche kann seine Erfolgsleiter dahin stellen, wo er den leichtesten und erfolgreichsten Aufstieg erhofft.

Machen wir aber alles richtig, und benutzen wir alle Hilfsmittel, die uns unseren beruflichen Lebensweg erleichtern könnten? Auf alle diese Fragen antwortet ein kleines Buch, das die Gruppe Handel des Schweiz. Gewerbeverbandes soeben herausgebracht hat und das den stolzen Titel trägt:

«*Der Detaillist als Unternehmer*»

Unternehmer ist etwas ganz anderes, Froheres, aber auch Erfolgversprechenderes als «Krämer». Wer wissen will, wie man es machen kann und machen soll, um im Beruf und im Leben vorwärts zu kommen, schreibe unserem Sekretariat und bestelle dieses Buch.»

Der VOLG im Jahre 1947

Der Verband ostschweizerischer landwirtschaftlicher Genossenschaften (VOLG), Winterthur, dem 343 Genossenschaften aus 11 Kantonen der Zentral- und Ostschweiz angehören, setzte 1947 für rund 129 640 000 Fr. Waren um, gegen 120 570 000 im Jahre vorher. Davon waren landwirtschaftliche Hilfsstoffe (Kunstdünger, Kraftfuttermittel und Sämereien) 43,82 Millionen (38,22), Haushaltwaren 50,78 (44,18) und Landesprodukte (Obst, Süssmost, alkoholfreier Traubensaft, Dörrprodukte, Wein, Kartoffeln, Gemüse, Heu und Emd, Stroh, Bienenhonig, Eier usw.) 35,04 (38,17) Millionen Franken. Der Getreideverkehr (Ablieferung von Brotgetreide an die Eidgenossenschaft und Auszahlung der Mahlprämien), der im erwähnten Umsatz nicht inbegriffen ist, belief sich in der gleichen Zeit auf 14 630 000 Fr. (1946 14 916 000 Fr.). Totalumsatz somit 144,31 Millionen Franken. Landesprodukte sind nahezu 7000 Wagen zu 10 Tonnen übernommen worden. Der Reinertrag wird verwendet zu ausserordentlichen Abschreibungen und zur Ausrichtung einer Rückvergütung von 436 400 Fr. an die Genossenschaften. 46 400 Fr. werden auf neue Rechnung vorgetragen. Das Betriebsergebnis ist ungünstiger als in den letzten Jahren. Die Erträge sind namentlich bei Landesprodukten geringer, währenddem die Kosten, vorab die Lohnaufwendungen, erheblich gestiegen sind.

Genossenschaftliche Glaserzeugung in Bayern

Die nach Bayern verpflanzten Gablonzer Familien, Wirtschafts- und Kulturbürger im besten Sinne, haben sich zur Mehrheit in Kaufbeuren und Markt Oberndorf angesiedelt. In beiden Kreisen leben heute etwa noch 9000 ehemalige böhmische Gablonzer, die sich in ganz kurzer Zeit eine sichere wirtschaftliche Existenz in ihrem alten Gewerbe geschaffen haben.

Der «*Gablonzer Glas- und Schmuckwarengenossenschaft in Kaufbeuren*» sind heute insgesamt 332 Betriebe angeschlossen. Davon befinden sich 115 in Kaufbeuren-Stadt, 74 auf einem ehemaligen Industriegelände, jetzt Neu-Gablonz genannt, und der Rest in der näheren Umgebung. Durch diese Konzentrierung von Schmuck- und Glaswarenerzeugungsstätten ist die Stadt Kaufbeuren zum Sitz und Mittelpunkt der gesamten Gablonzer Industrie geworden.

Die Genossenschaft verfügt über 22 000 Quadratmeter Produktionsfläche und beschäftigt voll rund 3700 Personen in 506 Druck- und Lampendruckstellen.

Der Glasbedarf, der heute 180 000 Kilogramm im Monat beträgt, wird sich mit Hilfe einer vierten in Ober-Günsberg entstandenen Hütte voll befriedigen lassen.

Die Neu-Gablonzer Industrie hat mit ihrem Vorhaben, Qualitätserzeugnisse auf den Weltmarkt zu bringen, seit Monaten Eroberungen gemacht. Die Konkurrenz der in der alten Heimat verbliebenen Restindustrie ist durch die hohe Auftragsziffer, eine stürmische Aufwärtsentwicklung in Kaufbeuren und Markt Oberndorf, geschlagen worden. Kaufbeuren-Gablonz ist an die Stelle von Gablonz an der Neisse getreten, wie die aus Nordamerika, Australien und vor allem aus Südamerika eingehenden Aufträge beweisen.

Der baufachliche Auf- und Ausbau in und um Kaufbeuren war nur durch den persönlichen Einsatz der Neubürger aus Gablonz im Baugewerbe möglich. In wochenlanger harter Bau- und Abbruchtätigkeit, an der sich Arbeiter, Angestellte und ehemalige Unternehmer in gleicher Weise beteiligten, konnten aus den Trümmerstätten in München und anderswo die notwendig gebrauchten Baumaterialien herangeschafft werden. Was fehlte, erbrachte die Arbeit bei benachbarten Ziegeleien. Auch die nicht immer leichten Transporte besorgte man gemeinschaftlich, in vorbildlicher Disziplin: zwischen Tages- und Nachtarbeit wurde kein Unterschied gemacht. Die Baumittel für den zweckmässigeren Ausbau bereits bestehender Gebäude, neuer Hallen und vor allem auch neuer Wohnungen sind nunmehr vorhanden.

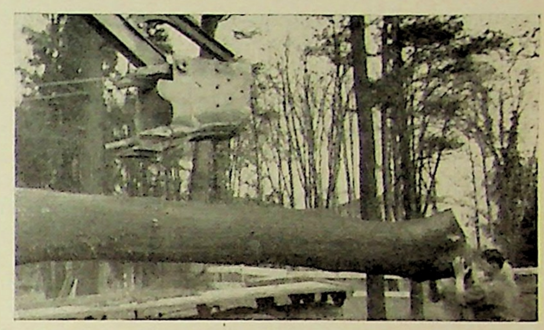
Auf genossenschaftlicher Grundlage fundiert, erhält die Neu-Gablonzer Industrie ein anderes Wirtschafts- und Sozialgepräge als in der alten Heimat.

Dr. H. R.

Dank dem Neubau der V. S. K.-Druckerei willkommenes Holz für die Patenschaft Co-op



Wo jetzt der Neubau der V.S.K.-Druckerei kräftig vorwärtsschreitet, standen noch vor kurzem eine Anzahl Bäume. Sie mussten dem Bauvorhaben, dessen Entwicklung alle die Basel verlassenden und zueilenden Reisenden von der Bahn aus ständig beobachten können, weichen. Vollständig wanderten die zum Teil prächtigen Stämme, die sich in diesem schönen Park eines generationenlangen, freien Daseins erfreuen konnten, nicht auf den allgemeinen Holzmarkt. Eine volle Wagenladung ausgewählter Bäume wurde für die Heimarbeit der Patenschaft reserviert.



Auf unsern Bildern

können wir den Verlad dieses Holzes, das so einem gut genossenschaftlichen, sozialen Zweck erhalten blieb, verfolgen. Der starke Arm des Baggers leistete dabei vorzügliche Dienste. Einen weiten Weg hatten die verschiedenen Fuhren des Rossgespannes nicht. Der Wolfbahnhof befindet sich auf der anderen Seite der das Bauareal abgrenzenden Strasse. Der vollbeladene Waggon ging Richtung *Wallis* ab. Bestimmungsort war Biel-Selkingen, wo sich bald nach der Ankunft eine dicke Schneedecke über den hohen Holzhaufen legte. Heute liegt das Holz nicht mehr dort. In der Sägerei, deren Wasserradantrieb auf dem Bilde gut ersichtlich ist, hat es die Form erhalten, in der es — nach angemessener, längerer Lagerung — der Verarbeitung zugeführt werden soll. Die Schaffung eines eigenen Holzlagers erleichtert der Patenschaft Co-op in Zukunft vor allem die Beschaffung von genügend trockenem Hartholz, das zur Zeit sehr teuer und gesucht ist. Und den Bewohnern jener Patenschaftsgemeinden im Goms tut es gewiss auch wohl, zu sehen, mit welchem Eifer die Patenschaft Co-op stets sich bemüht, die begehrte Heimarbeit auch für die kommenden Jahre sicherzustellen.











Für die PRAXIS



Die Kinder sind unsere besonderen Freunde

Kinder — die Kunden von morgen. Dieses geflügelte Wort hören wir immer wieder, ich möchte aber für uns diesen Satz etwas ändern: «Sorgen wir dafür, dass die Kinder von heute *unsere* Kunden von morgen werden.» Die heutigen Kinder werden zweifellos alle einmal Kunden — die Frage ist nur, bei wem. Mit einem Bonbon, den wir unsern kleinen Käufern hie und da geben, ist es aber noch lange nicht getan. Kinder sind sehr feinfühlig, sie sind nicht sprachgewandt und haben Erwachsenen gegenüber immer eine gewisse Scheu. Sie werden sich über kleine Ungerechtigkeiten (Ueberspringen beim Verkaufen, unaufmerksame Bedienung, Wartenlassen usw.) kaum äussern, aber in ihrem Innern nagen solche Kleinigkeiten, und sehr oft nicht zu unserem Nutzen.

In einem grossen Lebensmittelgeschäft war ich Zeuge folgenden Vorfalls: Aufgebracht trat eine Mutter mit ihrem kleinen Töchterchen in das Geschäft. Vor allen Anwesenden sprach sie zum Verkäufer: «... Sie sollten nun langsam wissen, was für Ware ich wünsche, aber jedesmal, wenn ich mein Kind zu Ihnen schicke, geben Sie ihm solche minderwertige Ware mit ...» Das waren peinliche Minuten. Die einzig richtige Schlussfolgerung, die wir daraus ziehen können, ist folgende:

> *Weil sich das Verkaufspersonal mit Kindern über die verschiedenen Qualitäten einer Warenart nicht auseinandersetzen kann, sollten diese kleinen Kunden nur mit dem Besten bedient werden.*

Wenn auch die Eltern nicht jedesmal im Laden reklamieren — und es gibt genügend Kunden, die es nicht tun und lieber den Aerger hinunterschlucken — so dürfen wir in keinem Fall die Kinder in der Bedienung zurücksetzen, sondern müssen sie mit aller Sorgfalt bedienen. Und der Vorgang im Kinde selbst? Fast ausnahmslos ist jedes Kind stolz, wenn es von seiner Mutter Geld bekommt und für sie Einkäufe besorgen darf. Sorgen wir dafür, dass es so bleibt. — Bei Vorgängen aber, wie oben geschildert, kränken wir das Kind. Es fühlt, dass wir es nicht als vollwertig anerkennen, dass wir es nicht so wie seine Mutter bedienen.

Fast alle Kinder sind Plaudertaschen — fragen wir ja nie Kinder aus — denn sie erzählen alles, früher oder später, wieder ihrer Mutter. War die Frage noch so harmlos, so darf die Mutter vermuten, dass auch andere Sachen gefragt wurden. Die unbedeutendste Frage kann schlimmste Folgen haben.

Ein kleiner Bub ist im Laden. Zufällig marschieren Soldaten vorüber, und die Verkäuferin fragt gutmeinend: «Ist dein Papi auch im Dienst?» Ein schüchternes «Ja» ist die Antwort, worauf die Verkäuferin weiter fragt: «Du bist ein armer Bub, aber Sonntags hat er sicher Urlaub und wird heimkommen?» Der Bub: «Hoffentlich nicht, sonst schlägt er wieder meine Mammi, wie letztesmal.» Ich brauche kaum von den Folgen dieser Unterhaltung zu berichten, zumal dieser Bub tatsächlich der Mutter alles erzählte.

Geben wir den Kindern auch immer eine kleine Rechnung mit.

Kleine klebbare Tütchen machen sich bezahlt. Das Kind könnte das Geld verlieren, und welche Mutter dächte nicht zuerst an die Verkäuferin, die falsch gerechnet hat? Ueberhaupt sind Kinder in den Augen der Eltern fast immer im Recht, und deshalb wird der Fehler zuerst bei den andern (also bei uns) gesucht. Vermeiden wir diese kleinen Unannehmlichkeiten, denn selbst wenn sich ein solcher Fehler zu unsern Gunsten aufklärt, bleibt etwas Negatives zurück.

Die Kinder werden älter. Wir und auch unser Verkaufspersonal merken es kaum, dass aus unserm kleinen Trudi eine Tochter und jetzt ein Fräulein geworden ist: ein Fräulein, das sich seine eigenen Gedanken macht und es sehr empfindet, wenn wir es immer noch als Kind behandeln.

Wann sollen wir unsere heranwachsenden Kunden mit «Sie» ansprechen?

Bei fremden Kindern bietet dieses Problem keine Schwierigkeit. Eher zu früh als zu spät. Nicht aber bei alten Bekannten. Hier hilft eine geschickte Frage bei einem geeigneten Anlass. Ganz nebenbei müssen wir unsere Frage anbringen, aber nicht direkt fragen, sondern Fragen stellen, die keine Antwort verlangen. Also: «... so jetzt ist die schöne Schulzeit vorüber, von nun an ist nicht mehr das Trudi meine Kundin, sondern das Fräulein Müller ...» Nach einer solchen Redewendung wissen wir bald, woran wir sind. Nicht aber wenn wir fragen: «... jetzt bist du also konfirmiert worden, nun darf ich dir natürlich nicht mehr ‚du' sagen ...» Eine so Angesprochene wird in jedem Fall die Frage negativ beantworten, und wenn sie noch so gerne möchte, dass man ihr «Sie» sagt. Auch in der Gegenwart der Eltern soll diese Frage nicht gestellt werden. Die Eltern würden sich in den meisten Fällen dagegen wehren; denn mit Recht werden sie geltend machen, dass ihre Kinder möglichst lange Kinder bleiben sollen.

Ich bin sicher, dass es Ihnen wie auch mir persönlich irgendwie widerstrebt, Töchter und Söhne, die kaum die Schulbank verlassen haben, mit «Sie» anzusprechen — aber welchen Nutzen haben wir, wenn wir unsere einstigen kleinen Käufer recht lange mit «Du» ansprechen? Tatsache ist, dass mir viele Fälle bekannt sind, wo solche Kinder eigenmächtig das Geschäft wechselten und einen neuen Lieferanten aufsuchten, nur weil sie dort unbekannt waren und mit «Sie» angesprochen wurden. Wir wollen keine allgemeingültige Regel aufstellen. Eines ist aber

sicher, wir müssen mit unseren heranwachsenden Käufern über dieses Thema sprechen; dann können wir, je nachdem wie das Kind reagiert, immer noch entscheiden, wie vorgegangen werden soll.

Kinder sind dankbare Käufer und bringen in jedes Geschäft eine freundliche Atmosphäre; aber gerade bei Kindern müssen wir sehr vorsichtig vorgehen, denn hinter jedem Kind stehen unsichtbar die Eltern, und mit einem Fehlverkauf kann allzuleicht ein altes gutes Einvernehmen getrübt werden.

Aus «Organisator», Monatsschrift

Eine gute Verkäuferin

soll sich in ihrem Benehmen automatisch an die Stelle des zu bedienenden Mitglieds versetzen können. Es bedarf oft einer guten Dosis Geduld, um sich bei aller Festigkeit dem Rhythmus der Käuferin anzupassen. Frauen lieben Schmeicheleien. Ein Verkäufer oder eine Verkäuferin wird rasch erkennen, ob die Käuferin einen guten Geschmack oder Sachkenntnis besitzt, und man wird nicht verfehlen, ihr dafür ein Kompliment zu machen.

Die Verkaufshandlung ist vielfältig: es gilt, den Kontakt herzustellen, die Aufmerksamkeit und das Interesse zu wecken, Wünsche zu fördern und die Verhandlungen schliesslich zu einem guten Ende zu führen.

In bezug auf die *genossenschaftliche Erziehung* des Personals bleibt noch viel zu tun; man muss oft staunen, wie wenig gewisse Angestellte über unsere Bewegung wissen. Auch fehlt oft der Sinn für Zusammenarbeit: der persönliche Egoismus behält häufig die Oberhand. Es ist dringend nötig, dass die Führer unserer Bewegung für die genossenschaftliche Ausbildung des Personals die nötige Zeit aufwenden. Anderseits darf angesichts der grossen Aufgabe, für deren Lösung die Genossenschaftsbewegung sich einsetzt, vom Personal erwartet werden, dass es nicht nur auf seine Rechte als Arbeitnehmer pocht, sondern sich auch der Pflicht bewusst ist, aus allen Kräften an der inneren und äusseren Organisation unserer Bewegung mitzuarbeiten. Das *gesamte Personal* sollte sich stets der Tatsache bewusst sein, dass es in seiner Eigenschaft als Genossenschaftsangestellte im *Dienste der Gesamtmitgliedschaft* steht und durch gewissenhafte Erfüllung der ihm anvertrauten Pflichten Wesentliches zum Wohle der Bevölkerung beizutragen vermag. V.

„Säg dym Muetti . . .“

Da steht ein kleiner Bub im Laden und merkt, dass etwas nicht stimmt. Das Fräulein hat ihn schon «so» angeschaut, als er seinen Korb und seinen Zettel auf den Ladentisch hinaufnahm, hat dann mit der andern Verkäuferin getuschelt, und jetzt sagt es vor allen Leuten: «*Säg dym Muetti, es söll dr z'erscht d'Batzeli mitgä, gäll?*» Der kleine Bub möchte etwas sagen, aber es bleibt ihm unter den vielen Blicken im Hals stecken. Er schaut erschreckt auf das Fräulein, packt den Korb und hastet an den Schürzen vorbei zum Ausgang.

Was geht nun in diesem erschreckten oder vertrotzten oder gedemütigten Bubenhirn vor? Was wird der kleine Sohn und wie wird er es dem Muetti sagen? Und glauben Sie, dieses Muetti werde Verständnis für Ihre Haltung aufbringen wollen? —

Sicher haben Sie gute Gründe gehabt, dem Kleinen keine Ware mitzugeben, und sicher war es eine schlaue Berechnung dieser Schuldnerin, ihren kleinen Buben zu schicken. Aber Sie hätten dem Kind diese Schande nicht antun sollen. Kinder empfinden schärfer und stärker als wir «Grossen».

In solchen und ähnlichen Fällen schreiben Sie auf einen sauberen Zettel, was Sie der Frau zu sagen haben. Vergessen Sie nicht die Anrede, den freundlichen Gruss und die Unterschrift. Stecken Sie den Zettel in ein Kuvert und kleben Sie es zu (faute de mieux in eine Tüte), und sagen Sie dem Kinde nur: «Säg em Muetti en schöne Gruess, und es söll das Briefli läse, gäll.»

Dann wird das Kind zu Hause auch nicht «lügen», d. h. diese Botschaft ist harmlos genug, dass sie nicht in das Triebwerk der aufgeregten Kinderphantasie gerät. Und die Mutter wird Ihnen für diese Schonung auf ihre Art dankbar sein. L. E.

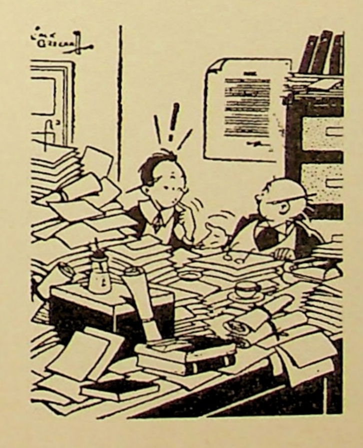
Marktforschung privater Betriebe in den USA

Eine Reihe von Firmen hat als Index für die Kaufkraft des Publikums die in den jeweiligen Verkaufsbezirken vorhandenen Automobile genommen. Eine weitere Firma (Fabrikant von Toilettenpapier) hat in der Verkaufsplanung die Quoten nach der Anzahl der Wohnungen mit Telephonanschluss und der Toiletten mit Wasserspülung aufgestellt. Eine Kühlschrankfabrik errechnete sich den voraussichtlichen Bedarf an Kühlschränken, indem sie den angenommenen Grad der Sättigung des Marktes in ein bestimmtes Verhältnis zum Ausbau der Elektrifizierung setzte.

Die General Motors Corporation unterhält einen grossen Verbraucher-Forschungsstab, welcher laufend die Ansichten der Autofahrer über Motorleistung, Aussehen und Konstruktion einholt. Von einer Radiofabrik, die herausgefunden hat, dass etwa 75 % der Käufer Frauen sind, wurde auf Grund dieser Tatsache bei den neuen Modellen besonders Wert auf das äussere Aussehen gelegt und dadurch eine Steigerung des Verkaufserfolges erzielt. Ein Seifenkonzern liess feststellen, welches Parfüm beim Publikum am beliebtesten ist, um dieses dann zur Parfümierung der Seifenprodukte zu verwenden. In den USA gibt es auch Spezial-Marktforschungsinstitute, welche über die Leserschaft von Zeitschriften und Zeitungen Aufschluss geben. Sie berichten über die Wirkung von Zeitungsinseraten. («Schweiz. Wirtschafts-Kurier».)

Time is money

Die Amerikaner sind, wie man im allgemeinen weiss, nicht redselig. Wenn es um geschäftliche Dinge geht, dann werden alle privaten Gespräche unterdrückt. In vielen amerikanischen Firmen sind deshalb Plakate angebracht, auf denen den Besuchern und Kunden in mehr oder minder gelungener Form die grösste Beschleunigung im Abwickeln der Geschäfte empfohlen wird. Auf dem Kaminsims im Chefbüro eines grossen Geschäftsmannes in Chicago steht eine Tafel mit folgenden Worten: «*Nach Beendigung des Geschäfts wollen Sie sich freundlichst ungesäumt entfernen. Ich weiss alles Erforderliche über das Wetter und lese täglich die Zeitungen!*» In einem New Yorker Anwaltsbüro ist folgende Inschrift zu lesen: «*Da viele Besucher kommen und wenig Zeit zur Verfügung steht, werden erstere gebeten, letztere nicht zu verschwenden!*» Eine der kürzesten Aufforderungen dieser Art richtete der Herausgeber einer grossen amerikanischen Zeitung mittels eines Plakates an seine Besucher: «*Alles lässt sich in fünf Minuten sagen!*» Olaf.



«Suche sie nur! Soviel ich weiss, lag die Zehner-Briefmarke noch vor einer Minute hier irgendwo auf dem Schreibtisch!»

(«The Daily Mirror»)

Verschiedene Tagesfragen

Anstrengungen des privaten Detailhandels zur Modernisierung des Betriebs, Lösung des Nachwuchsproblems und Förderung der Fortbildung. Aus einer Ansprache des Präsidenten des Spezereihändler-Verbandes: «Ich möchte wieder einmal anerkennend feststellen, dass sich die Zahl der Buchhaltungskunden (Mitglieder), die durch uns die Buchhaltung führen lassen, im Berichtsjahr auf 1350 erhöht hat. Ein Beweis dafür, dass unsere Mitglieder einsehen, dass wir diese Arbeit als Berufsverband so ausführen können, dass sie die Interessen unserer Mitglieder am besten wahrt, weil uns eben der nötige, für unsere Branche spezialisierte Apparat zur Verfügung steht.

Es ist uns nun auch möglich, unter gewissen Voraussetzungen und in gewissen Fällen die zur Sanierung erforderlichen Mittel durch unsere Zusammenarbeit mit den gewerblichen Bürgschaftsgenossenschaften zu vermitteln. Der erste Vertrag mit der OBTG ist bereits in Rechtskraft getreten. Andere Verträge befinden sich im Studium. Damit ist auch die *Lösung des Nachwuchsproblems* für unseren Berufsstand in das Stadium der Verwirklichung getreten. Der Zentralausschuss hat bereits die grundlegenden Beschlüsse gefasst und ich hoffe, dass der *Sparvertrag*, der im Entwurf vorliegt, noch vor Neujahr vom Ausschuss genehmigt werden wird. Der Grundsatz beim Sparvertrag lautet, dass gesparte Gelder nur für das Selbständigmachen eingesetzt werden können. Der durch die Bürgschaftsgenossenschaft auf einer schweizerischen Bank freiwerdende Kredit kann das Zehnfache der gesparten Gelder, maximal Fr. 15 000.— ausmachen. Damit sind wir in der Verwirklichung der Lösung des Sozialproblems in unserem Berufsstand ein grosses Stück vorwärts gekommen.

Im kommenden Frühjahr sollen neben Kursen für unsere Mitglieder auch solche für durch den Krieg in Not geratene Berufskollegen im Ausland durchgeführt werden. Vorgesehen sind einige deutsch- und französischsprachige zentrale und dezentralisierte Kurse. Zu diesem Zweck ist bereits die Frage der *Schaffung einer mobilen Ladeneinrichtung* mit allem Zubehör in Prüfung.»

Bundesrat Nobs zur dritten Schnapswelle. In Beantwortung einer «Kleinen Anfrage» betreffend die Zunahme des Trinkspritverkaufs hat Herr Bundesrat Nobs u. a. daran erinnert, dass der Schnapskonsum seinerzeit durch das neue Alkoholregime eine sehr starke Verminderung erfahren habe. Er fuhr dann wie folgt weiter:

«Es ist mir nicht unbekannt, dass in den letzten Jahren, namentlich während des Krieges, Trinksitten in unserm Land neu aufgekommen sind, die wir bisher nicht gekannt haben. Ich denke an die Bars, in denen die ganz teuren Schnäpse getrunken werden. Ich denke ferner an die unerfreuliche Erscheinung, dass man in vielen Haushaltungen, wo man Gäste auf gute Art empfangen will, sich verpflichtet fühlt, eine Hausbar einzurichten, und daher eine gewisse Auswahl von Schnäpsen beständig zur Hand haben muss. Aus dieser Bereitschaft von Schnäpsen ergibt sich selbstverständlich die Gewohnheit eines vermehrten Konsums. Man hat allerdings auch darauf aufmerksam gemacht, dass die Besonderheit der Kriegsverhältnisse bei uns zu etwelchen Erhöhungen geführt habe. Man hat darauf hinweisen wollen, dass einige hunderttausend Ausländer, die während des Krieges bei uns gewesen sind, namentlich die Internierten, ihre heimathlichen Bräuche eines grossen Schnapskonsums beibehalten haben und diesem frönten, so oft und so ergiebig, als es ihre Börse gestattete. Ich will nicht näher untersuchen, ob nicht auch bei der Armee ein erhöhter Konsum von hochgrädigen Alcoholica eingetreten sei. Sicher ist, dass eine gewisse rückläufige Bewegung festzustellen ist — eine Bewegung, die wir bedauern müssen...»

SAS.

Der Tabakverband über den absoluten Preisschutz. In erfreulicher Weise hat der Bundesrat der Forderung des Tabakverbandes, dass auf Tabakwaren keine Rabatte und Rückvergütungen mehr ausgerichtet werden sollen, nicht nachgegeben. Der Tabakverband ersucht nun seine «Verpflichteten», bis zur Gegenordre die bisherige Verkaufspraxis aufrechtzuerhalten. Wir lesen im «Lebensmittelhandel» u. a., womit wir zugleich einen interessanten Einblick in eine recht autoritäre, auf die Konsumenten nicht Rücksicht nehmende Verbands- und Verpflichtungswirtschaft erhalten (Hervorhebungen von uns):

«Unser Verband und alle ihm nahestehenden Organisationen und Branchenangehörigen haben dem zuständigen Bundesrat den Antrag gestellt, es möchte in der heute vorliegenden Verordnung der sogenannte absolute Preisschutz eingeführt und gesetzlich verankert werden, d. h. es möchte ein *gesetzliches Verbot erlassen werden, im Detailverkauf Tabakwaren mit Rabatten und Rückvergütungen abzugeben.* Leider haben einige Selbsthilfegenossenschaften (Verband schweiz. Konsumvereine und Verband schweiz. landwirtschaftlicher Genossenschaften) diese, unseres Erachtens berechtigten Anträge unseres Verbandes bekämpft mit dem Hinweis darauf, dass die Ausrichtung der bisher üblichen Rückvergütungen für sie eine Notwendigkeit sei. Der Bundesrat hat in der neuen Verordnung die bisherige Gewährung der ortsüblichen Rabatte und Rückvergütungen durch Selbsthilfeorganisationen und Rabattsparvereine sowie durch Kleinhändler gestattet, was wir tief bedauern.

Gestützt hierauf möchten wir unsere Verpflichteten ersuchen, beim Detailverkauf von Tabakwaren Rabatte nur in denjenigen Ortschaften zu gewähren, wo solche von unserem Vorstande (Art. 1, Ziffer b, unserer Konvention vom 12. Juli 1939) als Ausnahme bewilligt wurden. Mit anderen Worten, wir ersuchen unsere Verpflichteten, bis auf weitere Mitteilung, ihre bisherige Verkaufspraxis (mit oder ohne Rabatte) einzuhalten und *keine Aenderung ihrer Verkaufspraxis eintreten zu lassen.* Unser Vorstand wird in seiner nächsten Sitzung den ganzen Fragenkomplex (Rückvergütungen und Rabatte) genau überprüfen und darüber Beschluss fassen, ob und welche Massnahmen und Vorschriften diesbezüglich vom Tabakverband zu erlassen sind. Wir zweifeln nicht daran, dass in absehbarer Zeit eine Lösung gefunden wird, die den berechtigten Interessen unserer Branche Genüge leisten wird.»

Kurze Nachrichten

Ein Friedensbeitrag. Dass die Möglichkeit der Verständigung zwischen Gliedern der verschiedensten Nationen besteht, beweist der Internationale Jugendbriefwechsel Pro Juventute, der seit Kriegsende rund 35 000 Adressen von Jugendlichen unter 20 Jahren vermittelte, und zwar zwischen Schweizern und Vertretern von 25 Ländern. Um die vielen Tausend nicht enttäuschen zu müssen, die über den Grenzen auf einen gleichaltrigen, gutgesinnten Briefpartner warten, bittet der Internationale Jugendbriefwechsel Pro Juventute um rege Mitwirkung. Er vermittelt Adressen von Partnern bis zu 20 Jahren und gleichen Geschlechts. Anmeldeformulare sind bei der Vermittlungsstelle, Seefeldstrasse 8, Zürich 8, gratis erhältlich. Die Vermittlung kostet 40 Rp. in Briefmarken.

Die Milcheinlieferungen, welche als Auswirkung der Trockenheit und der entsprechenden Futternot noch im Oktober 1947 ein Defizit von 21 Prozent und im November ein solches von 15.5 Prozent im Vergleich zum gleichen Monat des Vorjahres aufwiesen, ergaben für den *Dezember 1947* ein wesentlich verändertes Bild. Nach den provisorisch vorliegenden Angaben bleibt noch eine Mindereinlieferung von nur 1 Prozent. In diesem Zusammenhang konnten auch die Fern- und Aushilfsmilchlieferungen um rund einen Viertel reduziert werden.

Eidgenössische Zollrekurskommission. Die Eidgenössische Zollrekurskommission wurde für die neue Amtsdauer vom 1. Januar 1948 bis 31. Dezember 1950 bestellt. Es gehört ihr aus dem Kreise der Konsumgenossenschaften Herr **Hans Rudin**, Direktor des V. S. K., an.

Fleisch und Wurstwaren aus Ungarn. Aus Ungarn liegt eine Meldung über eine Intensivierung der Fleisch- und Wurstausfuhr vor. 200 t erstklassiger Salami werden nach der Schweiz geliefert zu einem Preis von rd. 10 Schweizerfranken das Kilo. Ferner wird Ungarn Büchsenfleisch nach Grossbritannien und Palästina exportieren. Zur Steigerung der Ausfuhr werden allerdings Ausfuhrprämien notwendig sein, die durch eine Belastung des Inlandkonsums finanziert werden sollen. («Schweiz. Wirtschafts-Kurier».)

Konsumgenossenschaftlicher Frauenbund

Im neuen Mitteilungsblatt

wendet sich die Präsidentin des KFS mit einem schönen Goethe-Wort an die Sektionen und ermuntert sie, mit einer durch Taten wahr gewordenen Gesinnung die Genossenschaftsbewegung zu fördern. In einem Artikel werden die Genossenschafterinnenvereine aufgefordert, über ihre Veranstaltungen auch auf der Lokalseite des Genossenschaftlichen Volksblattes zu berichten. Für die vielseitige Mitarbeit beim Werk der Patenschaft Co-op wird den Genossenschafterinnen von dieser der Dank ausgesprochen. Berichte aus den Sektionen geben ein Bild von dem reichhaltigen Tätigkeitsgebiet eines Genossenschaftlichen Frauenvereins. Gr.

Die Bewegung im Ausland

Dänemark. *Eine genossenschaftliche Theaterorganisation.* * Zu Anfang des Jahres 1948 nahm die nationale genossenschaftliche Theaterorganisation ihre Tätigkeit auf. Es haben sich ihr bisher 550 Konsumgenossenschaften mit 120 000 Mitgliedern angeschlossen. Die lokalen Theatergenossenschaften umfassen gewöhnlich mehrere benachbarte Organisationen. Die grösste vereinigt deren 27, andere 21 und weniger.

Oesterreich. *Das Gesetz über die Rückgabe des genossenschaftlichen Vermögens in Kraft getreten.* Der Alliierte Rat hat — wie in der «Konsumgenossenschaft» mitgeteilt wird — dem Gesetz einstimmig die Genehmigung erteilt. — Es war ein langer, dornenvoller Weg, der zurückgelegt werden musste, um endlich zu diesem positiven Ergebnis zu kommen. Schon im Sommer 1945 versuchte das vorbereitende leitende Komitee des Zentralverbandes der österreichischen Konsumgenossenschaften die Rückgabe des konsumgenossenschaftlichen Vermögens zu erwirken; ein eigener Gesetzentwurf wurde ausgearbeitet. Bevor dieser aber von der Regierung behandelt werden konnte, wurden die Potsdamer Beschlüsse bekannt, auf Grund deren alles reichsdeutsche Vermögen und besonders nationalsozialistischer Besitz im Auslande als zu Gunsten der Alliierten verfallen erklärt wurde. Nach Bemühungen, die mehr als ein Jahr dauerten, gelang es — trotzdem die Buchhaltungen der wichtigen Betriebe der GöC, der KGW sowie auch des Verbandes durch die Kriegsereignisse verloren gegangen waren — eine Gesamtbilanz aufzustellen, um einen Ueberblick über die Kriegsschäden und die sonstigen Verluste sowie über den Vermögensstand zu gewinnen. Es gelang, die einstimmige Annahme des Gesetzes im Ministerrat und dann seine einstimmige Annahme im Parlament durch alle drei politischen Parteien zu erreichen. Der Alliierte Rat hat dann ebenfalls vorzeitig seine Zustimmung gegeben.

Das Gesetz selbst sieht vor, dass das gesamte in Oesterreich befindliche Vermögen der konsumgenossenschaftlichen Organisationen der Allgemeinen österreichischen Konsumgenossenschaft zu übergeben ist, die ihrerseits auf Grund eines Vermögensverteilungsplanes das Vermögen an die einzelnen Konsumgenossenschaften und konsumgenossenschaftlichen Organisationen, die die Fortführung der Betriebe der früheren Konsumgenossenschaften übernehmen, zurückzugeben, bzw. aufzuteilen hat.

Schweden. *Ein neuer Leiter der Verlagsabteilung des K. F.* * Mit Anfang dieses Jahres übernahm Hermann *Stolpe*, der bis jetzt in der Erziehungsabteilung des schwedischen Konsumgenossenschaftsverbandes tätig war, die Leitung der Verlagsanstalt an Stelle des nach langjähriger erfolgreicher Tätigkeit zurückgetretenen Herrn *Lindberg*.

Der Verlag des schwedischen Verbandes gehört zu den angesehensten Firmen der Branche, und der neue Leiter wird zweifellos dazu beitragen, den guten Ruf der genossenschaftlichen Buchhandlung zu erhalten und noch zu steigern. Hermann Stolpe gedenkt, neben den schon bisher geführten genossenschaftlichen Publikationen und Werken schöngeistiger Literatur namentlich auch billige Volksausgaben erstklassiger Romane und Novellen zu verlegen. Auch soll die Verbindung mit andern skandinavischen genossenschaftlichen Verlagsfirmen intensiviert werden.

Hermann Stolpe steht im 43. Altersjahr und ist seit 1923 im Dienste des schwedischen Verbandes.

— * *Ein genossenschaftliches Kaufhaus für Wohnungseinrichtungen* wurde auf Weihnachten 1947 in Boras (Schweden) dem Betrieb übergeben. Neben Möbeln jeder Art (hauptsächlich aus den Werkstätten des schwedischen Konsumgenossenschaftsverbandes) sind auch Abteilungen für Vorhangstoffe, Teppiche, Bettücher, Textilien usw. vorhanden sowie komplett eingerichtete Zimmer.

Jetzt schon daran denken!

Der diesjährige *Vorbereitungskurs für die Studienzirkel* der deutschsprachigen Schweiz findet

vom 12. bis 17. Juli

im Genossenschaftlichen Seminar statt. Genossenschafterinnen und Genossenschafter, die jetzt schon einen Studienzirkel leiten oder bereit sind, dies im Winter 1948/49 zu tun, merken sich das Datum. Und Genossenschaften, die erkennen, wie wertvoll die Studienzirkelarbeit ist, tun, was an ihnen ist, um den Erfolg des Kurses zu sichern.

VEREINIGUNG DER KONSUMVEREINSBÄCKEREIEN DER SCHWEIZ

Programm für den Bäckermeister- und Bäckerkurs in Winterthur

vom 23. Februar bis 6. März 1948

1.	Eröffnung des Kurses, mit Referat über Gegenwartsprobleme	Dir. Zulauf
2.	Vorausberechnung der Ausbeute. Aufstellung von Grundzahlen zur Fixierung der Verbrauchsmengen	K. Junker
3.	Warenkunde über Mehl, Hefe, Salz sowie deren gesetzliche Bestimmung laut Lebensmittelverordnung	A. Geier
4.	Ausbeuteberechnung	K. Junker
5.	Die Trieb- und Teigführung	A. Möri
6.	Festlegung der Rezepte für die Herstellung von Grossbrot, Fein-, Kleingebäck und Konditorei	A. Geier A. Möri F. Spirig
7.	Brotkalkulation	K. Junker
8.	Erläuterungen der Rapport- und Kontrollformulare	F. Spirig
9.	Kalkulationen von Klein-, Feingebäck und Konditoreiwaren	K. Junker
10.	Warenkunde und Backhilfsmittel	F. Spirig
11.	Der Backprozess	A. Möri
12.	Preis- und Gewichtsbestimmung	K. Junker
13.	Brotkrankheiten und Brotfehler	A. Möri
14.	Warenkunde und Konditoreizutaten	A. Geier
15.	Betriebsrapporte und Betriebsvergleiche	K. Junker
16.	Speditionsfragen, Personal und Betriebsführung	A. Möri
17.	Theoretische Repetitionen durch die Fachlehrer.	
18.	Prüfung und Uebergabe der Ausweise durch die Schulkommission.	

Der Kursbesuch sowie das Schulmaterial für die Teilnehmer sind unentgeltlich. Reise und Unterhalt im Hotel sind Sache der Kursteilnehmer, resp. der interessierten Genossenschaften. Für Quartier wird in üblicher Weise von der Kursleitung gesorgt.

Die Kurse werden wie bis anhin in der Bäckerei des Konsumvereins Winterthur abgehalten, hauptsächlich was den praktischen Teil anbelangt, während für die theoretischen und schriftlichen Arbeiten die Klassenzimmer im Volkshaus benützt werden können. Wir laden die Vereine höflich ein, geeignetes Personal zu diesen Kursen abzuordnen. Für die einzelnen Kurse können im Maximum 20 Teilnehmer berücksichtigt werden. Die Berücksichtigung erfolgt in der Reihe der eingehenden Anmeldungen. Wenn für obigen Kurs weniger als acht Teilnehmer gemeldet werden, ist die Durchführung nicht möglich. Anmeldungen erbitten wir an die

Schulkommission der Konsumvereinsbäckereien der Schweiz, Basel 2.

Der Präsident: *E. Zulauf*
Der Sekretär: *E. Gaschen*

Genossenschaftliches Seminar

(Stiftung von Bernhard Jaeggi)

Dem Genossenschaftlichen Seminar wurden überwiesen:

Fr. 5000.— von der Mühlengenossenschaft schweiz. Konsumvereine (MSK), Zürich

» 50.— von der Konsumgenossenschaft Collombey

Diese Vergabungen werden hiermit bestens verdankt.

Auszug aus dem Kursverzeichnis pro 1948

Das Genossenschaftliche Seminar hat für das Jahr 1948 ausser den ständigen Verkäuferinnenkursen noch folgende Kurse vorgesehen:

1. *Kurs für Hausfrauen sowie für Mitglieder von Frauenkommissionen und Frauenvereinen der deutschen Schweiz:* vom 3. bis 5. Mai 1948.
2. *Kurs für Verwalter von Konsumgenossenschaften der deutschen Schweiz:* vom 10. bis 11. Mai 1948.
3. *Kurs für Vorstandsmitglieder, Revisoren und weitere Funktionäre sowie für Mitglieder von Kreisvorständen der deutschen Schweiz:* vom 13. bis 14. Mai 1948.
4. *Einführungskurs für den Verwaltungsdienst:* vom 18. bis 29. Mai 1948.
5. *Kurs für die schweizerische Genossenschaftsjugend:* vom 5. bis 7. Juni 1948.
6. *Verkaufstrainingskurs für Verkäuferinnen von Konsumgenossenschaften der deutschen Schweiz:* vom 15. bis 19. Juni 1948.
7. *Zusammenkunft ehemaliger Schülerinnen und Schüler des Genossenschaftlichen Seminars:* Sonntag, den 20. Juni 1948.
8. *Instruktionskurs für Leiter von Betriebs-Vergleichsgruppen:* vom 24. Juni bis 26. Juni 1948.
9. *Ferienwoche für ehemalige Schülerinnen des Genossenschaftlichen Seminars:* vom 27. Juni bis 3. Juli 1948.
10. *Vorbereitungskurs für die Genossenschaftlichen Studienzirkel der deutschen Schweiz:* vom 12. bis 17. Juli 1948.

Einzelausbildungen auf verschiedenen Gebieten wie Haushaltungsartikel, Schuh-, Manufaktur- und Merceriewaren können auf speziellen Wunsch der Vereinsverwaltungen und nach Möglichkeit erfolgen.

Kosten: Sämtliche Kurse sind unentgeltlich. Dagegen müssen an die Verpflegungskosten der Kursteilnehmer folgende kleine Beiträge erhoben werden:

Kurse Nr. 1, 2, 3, 4, 8, 10: Fr. 3.50 pro Tag;
Kurs Nr. 6: Fr. 2.50 pro Tag;
Kurs Nr. 5: Fr. 1.50 pro Tag;
Kurs Nr. 9: Pensionspreis noch unbekannt.

Die Vorstände und Verwalter der Verbandsvereine werden gebeten, auf guten Besuch obiger Kurse bedacht zu sein.

Vorausgesetzt, dass die für die Errichtung einer welschen Filiale des Seminars in Chexbres am Genfersee erworbene Liegenschaft Hotel «Victoria» rechtzeitig bezugsbereit ist, werden die für die *französische Schweiz* vorgesehenen Kurse dort abgehalten. Die Daten der einzelnen Kurse sowie die Kosten derselben werden später bekanntgegeben.

Zu weiterer Auskunft ist die Leitung des Genossenschaftlichen Seminars Freidorf, Postfach Basel 2, jederzeit recht gerne bereit.

Arbeitsmarkt

Angebot

30jähriger, verheirateter **Konditor,** in allen Teilen des Berufes bewandert, sucht Stelle per sofort. Offerten unter Chiffre F. K. 9 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

Gelernter **Bäcker und Konditor,** tüchtig, solid und pflichtbewusst, sucht leitende Stelle in guteingerichtetem Betrieb. Kaution kann geleistet werden. Offerten erbeten unter Chiffre K. H. 10 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

Erfahrener Fachmann der Lebensmittelbranche, im Einkauf und Verkauf versiert, in ungekündigter Stellung, wünscht Stelle als **Ladenkontrolleur.** Offerten erbeten unter Chiffre E. P. 17 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

Junger, tüchtiger Mann sucht auf Frühjahr Stelle als **Depothalter** (Filialleiter). Ich biete initiative Ausdauer, gute Handelsschulbildung, Sprachkenntnisse deutsch, französisch und englisch. Offerten unter Chiffre V. L. 16 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

Tüchtiger, in allen Fächern versierter, selbständiger **Bäcker-Konditor** wünscht sich zu verändern. In- und Auslandserfahrung. Offerten mit Lohnangabe unter Chiffre P. W. 18 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

Nachfrage

Gesucht von Konsumverein in der Nähe von Zürich auf 1. April tüchtige **Filialleiterin** für Lebensmittelfiliale mit 140 000 Fr. Umsatz. Lehrtochter vorhanden. Geregelte Freizeit.

Ferner zweite **Verkäuferin** für Lebensmittel und Haushaltartikel, zu möglichst raschem Eintritt. Bewerberinnen, welche Freude am Beruf haben, wollen sich melden mit Beilage der Zeugniskopien und Angabe der Gehaltsansprüche unter Chiffre L. A. 54 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

INHALT: *Seite*